Cómo Conseguir MÁS CLIENTES desde INTERNET



CHRISTIAM ALVARADO
www.WebpresarioPRO.com

Cómo Conseguir Clientes desde Internet

El Método de los Negocios Rentables

Contenido

Sobre el Autor



Christiam Alvarado, es emprendedor por convicción, Ingeniero de profesión, y coach, conferencista y autor por dedicación.

Ingeniero de Sistemas, especializado en eBusiness, **Máster en Comercio Internacional** (Instituto de Estudios Bursátiles - España), **MBA** (ESEUNE Business School – España), **Máster en Dirección de Proyectos** (Universidad del Pais Vasco – España), **Especialización en Comercio Electrónico y Toma de Decisiones** (Fachhochschule Dortmund University of Applied Sciences and Arts, Dortmund – Alemania), **Executive Coach** (Asociación Española de Coaching y Consultoría de Procesos AECOP), **PhD Candidate** (Universidad del Valencia – España).

Profesor en diferentes Universidades y Escuelas de Negocios. Consultor y conferencista internacional en Estrategia Digital, eCommerce y Emprendimiento Online, con amplia experiencia en diferentes sectores y experiencias en Perú, España, Alemania y USA.

Cuenta con más de 13 años en la creación de startups y negocios online tales como tiendas de ecommerce, blogs, sitios web, apps y ERPs.

Es **Head of Digital Strategy** en «WebpresarioPRO.com» y escribe sobre sus pasiones en «ChristiamAlvarado.com» y «AtraccionDelExito.com».









Introducción

En 2016 las ventas online B2C alcanzarán los US$1.92 trillones de dólares americanos, y en 2018 se espera los US$2,3 trillones de dólares[1]. Ventas no sólo destinadas a multinacionales sino también a pymes como la tuya.

Ricardo, un agricultor de un pueblecito de Teruel (España), decidió conseguir clientes desde internet y vender sus cuchillos artesanales después de recibir un curso de correo electrónico en 1998. Hoy en día ***vende a más de 100 países****.*

Con la crisis se ha producido la **revolución del cliente**. ¿Qué significa esto? La gestión de la referenciación, los comentarios de los consumidores, son más importantes que nunca. Y esto tienes que saberlo utilizar.

Porque está pasando ahora mismo cientos de miles de veces en Internet. El consumidor **utiliza diferentes herramientas para conocerte**: lo primero que busca es *saber quién eres*, lo segundo *qué dicen de ti en Internet*, lo tercero *qué dicen sus amigos y tus fans sobre tu marca* y lo último, en este proceso, conduce en muchas ocasiones a la **compra de tus productos** en el entorno online y a generar tráfico físico hacia tu tienda.

Puedes seguir pensando en métodos arcaicos de conseguir clientes, o entrar en una nueva y mejorada forma de hacer que **tus clientes te encuentren**. Yo prefiero la segunda, y es por ello que he creado este ebook para revelártelo.

Te doy la bienvenida a esta **nueva forma de conseguir clientes**!

[1] http://www.statista.com/statistics/261245/b2c-e-commerce-sales-worldwide/

El Nuevo Consumidor 2.0

«Si no me entiendes NO me quejaré, simplemente no regresaré»

Desconocido

La llegada de Internet a nuestras vidas ha supuesto cambios cuantitativos y cualitativos importantes. La forma de trabajar, gestionar nuestra vida, adquirir productos, estudiar, informarse y hasta relacionarse ha sufrido adaptaciones a este nuevo medio, el medio digital.

De esta manera encontramos nuevas tendencias en términos de conectividad, control, personalización, comercio y comunicación que configuran un nuevo consumidor, el consumidor en internet o como le llamo yo: **consumidor 2.0**

Entiende al Consumidor 2.0

El principal efecto del exponencial desarrollo tecnológico del marketing en los últimos años ha sido el de incrementar notablemente el poder del consumidor en las relaciones comerciales.



Aunque consumidor y cliente son conceptos diferentes (ej. el producto «cereales» su consumidor es un niño, pero el cliente es la madre porque es quien compra), muchas veces son lo mismo, y para este antecedente van a significar lo mismo, para definir mejor lo que quiero transmitirte.

Tenemos que asumirlo, el consumidor manda; ya no es un ente aislado que recibe estímulos comerciales en función de los cuales toma decisiones de compra,

sino que ahora tiene voz propia, que puede hacerse oír fácilmente a través de los canales digitales, dirigiéndola no solo hacia el anunciante sino hasta el resto de consumidores sobre los que tiene, de forma agregada, una influencia brutal. Y por supuesto remarco lo de «***INFLUENCIA BRUTAL***».

Habida cuenta de esta situación no es extraño que la portada del año nuevo (2007), que la revista Time siempre dedica a la persona que considera ha sido más importante en los 365 días previos hayas sido tú; y yo; y todos y cada uno de nosotros, que estamos al mando de esta nueva era de la información en la que el consumidor se ha transformado en el todo poderoso, y nosotros debemos intentar satisfacerlo.

El «***consumidor 2.0***», tiene unos niveles de conectividad muy elevados (smartphones, notebooks, tablets, computadoras), ya que tiene la posibilidad de estar conectado en todo momento y lugar con cualquier persona del mundo, y es capaz de generar su propio contenido (blogs, redes sociales, foros, etc.).

Esto le convierte en un consumidor muy informado y actualizado que pasa a tener un componente importante de control de la imagen y comunicación de las marcas, debido a esa alta conectividad y su poder de prescripción. Este consumidor marca cómo y cuándo disfruta de los productos y servicios, y determina su propio entorno de marcas y contactos.

Este consumidor se aburre rápido y es bastante inmune a la publicidad obvia, busca información innovadora y experiencias diferentes, quiere ser único y que se le trate como individuo.

Y lo más importante, que tiene una enorme capacidad de influencia, ya que ha hecho del boca-a-boca o «Worth of mouth» y la generación de contenidos un verdadero arte.

Esto le convierte en un consumidor muy informado y actualizado que pasa a tener un componente importante de control de la imagen y comunicación de las marcas, debido a esa alta conectividad y su poder de prescripción. Este consumidor marca cómo y cuándo disfruta de los productos y servicios y determina su propio entorno de marcas y contactos.

Este consumidor es paradójico y versátil. Puede ser compulsivo y reflexivo a la vez, derrochador y ahorrativo (ej. ahorrar comprando o donnut`s light).

Este consumidor es activo, no se limita a recibir ofertas sino que las busca y las distribuye. Este consumidor comunicante beneficiará a muchas empresas pero también sancionará a las que cometan abusos.

Este consumidor es un experto comprador, está altamente cualificado ya que considera el ejercicio de comprar como algo esencial para la vida moderna. Sabe diferenciar perfectamente entre los reclamos de marketing y los beneficios reales del producto.

Este consumidor disfruta buscando productos de calidad a bajo precio. Es un juego cuyo resultado es digno de orgullo y lo transmite a conocidos.

Este consumidor es un gruñón, le gusta utilizar rápidamente un producto o servicio, para ello crea y distribuye videos para Dummies (o tontos) sobre cómo utilizar tus productos, ya que crearás una experiencia de compra agradable. Un ejemplo es un móvil, a veces no sabemos cómo sacar la carcasa para poner la batería del móvil, aun cuando este consumidor ya ha tenido varios móviles antes, a veces lo nuevo es difícil comprenderlo rápido.

Este consumidor crea y domina nuevos lenguajes: Utiliza emoticonos, recorta palabras, utiliza nicks y abreviaturas. Se trata de un nuevo lenguaje que se aprende con el simple trato con otras personas por Internet.

Este consumidor está hiperconectado: Dispone de una conexión a Internet en todo momento, ya sea en su propio ordenado, en su tableta, como en el móvil, videoconsola, televisión. Vive en Internet y les gusta mantener el contacto con sus amigos por este medio, además de por el real, claro.

Este consumidor se está relacionando constantemente. Viven en las redes sociales y las visitan como mínimo una vez al día. Comentan cómo se sienten, qué música les gusta, en qué están pensando, qué opinan sobre un determinado tema; comparten fotografías personales, con la familia, con los amigos, de una loca noche de fiesta; vídeos de todo tipo… quiere que sus

contactos se enteren de lo que le gusta, de lo que le atrae, de cómo se siente, y hasta de lo que piensa hacer.

Este consumidor es multitarea. Mientras navega por Internet puede estar comiendo, viendo la televisión, escuchando música, mientras habla con alguien y realizando labores domésticas.

Este consumidor consume contenidos cuando quiere. Esto es muy importante. No dependen del medio tradicional para acceder a los contenidos. Lo consumen en el momento que les viene bien. De hecho, hay muchas series de televisión que tienen más éxito en Internet que en la televisión.

A este consumidor le gusta la comunicación bidireccional. La comunicación entre medio y consumidor es de ida y vuelta. Estos últimos comparten experiencias y valoran productos, noticias, vídeos… En Internet es donde verdaderamente el consumidor tiene siempre la razón. Las peores crisis de reputación online se han producido por una falta de comunicación entre el consumidor y la empresa.

Este consumidor busca un contenido relevante, siempre a la busca y captura de contenidos interesantes para disfrutarlos y luego compartirlos con sus contactos. A esto se le llama «viralidad» y se logra con contenidos de calidad y que realmente sorprendan.

Este consumidor utiliza las redes sociales para encontrar respuestas, no solo para relacionarse. El medio puede ser Facebook, Twitter, Yahoo! Answers, etc.

Este consumidor comienza a ser más exigente, quiere los productos en el menor tiempo posible, y que el transporte no tenga costes o sea ínfimo, y empresas como Amazon ya se lo están dando.

En una conferencia, estaba explicando esta información, y me interrumpió uno de los asistentes, y me dijo: «*pero estás describiendo a jóvenes de 20 años*». Una persona de 50, 40, 30 años hace esto hoy en día, y cada vez más lo hace personas de 60 y 70 años.

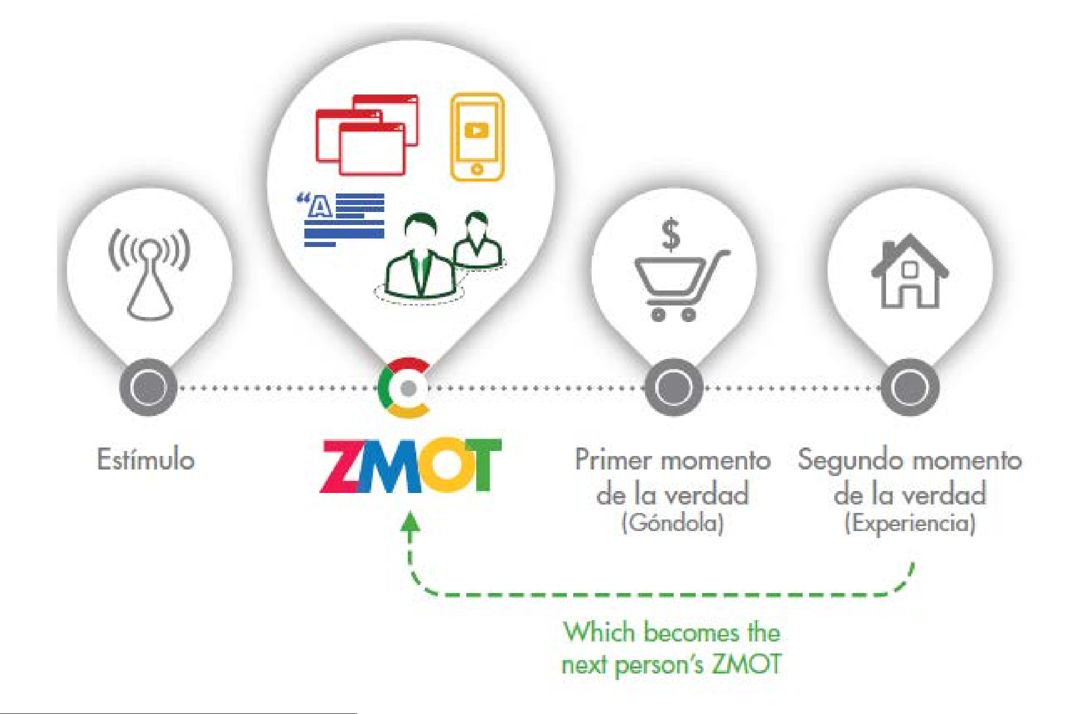
Compras 2.0

El Consumidor 2.0 se informa en internet y los medios sociales para tomar una decisión de una compra. Google lo ha llamado ZMOT[2] (Zero Moment of Truth).

El consumidor 2.0 ha transformado su modo de comprar y comienza a utilizar Internet, porque les permite investigar características y precios y así poder elegir el mejor producto que posiblemente en una tienda física no harían.

De ésta manera no necesita salir de su casa u oficina para obtener productos de diversas partes del mundo. Sin embargo, hay personas que sólo utilizan este medio para obtener información y luego acudir al establecimiento para conseguir lo que desean.

La finalidad de buscar información para este Consumidor 2.0 puede ser conocer las alternativas disponibles, conocer los atributos que tiene cada alternativa disponible, justificar las elecciones realizadas anteriormente, incluso en otros procesos de compra, comprar o no comprar (Shakespeare diría esa es la cuestión), o satisfacer la necesidad de estar informado.



---

[2] http://www.zeromomentoftruth.com/

Es decir que si este Consumidor 2.0 quiere comprar algún producto, irá al sitio web del fabricante de producto, luego irán a un sitio web que compara precios, irá a YouTube para ver si otras personas ya lo han comprado o para ver cómo se instala o funciona, verán en las redes sociales si alguno de sus contactos ha utilizado el producto, verá las recomendaciones de otros consumidores 2.0 para finalmente tomar una decisión.

Como consecuencia, las decisiones de compra se están tomando cada vez más en Internet. Más información en: Los Hábitos de Consumo han Cambiado

Internet: Nuevo Canal de Ventas

«Internet facilita la información adecuada, en el momento adecuado, para el propósito adecuado»

Bill Gates

Esta nueva etapa dominada por Internet, en la que la globalización de los mercados ha provocado que las empresas tengan que trabajar en tiempo real para superar las barreras geográficas y temporales.

El entorno se ha vuelto mucho más exigente, incierto y cambiante, y ante esta nueva situación, para sobrevivir, las empresas deberán adaptarse a las nuevas formas de hacer negocios. A esto tengo que añadir la incorporación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs) como herramientas básicas en el trabajo diario de cualquier organización, incluidas las PYMEs.

Todo esto ha provocado importantes alteraciones en la estructura y en el funcionamiento de la mayoría de los mercados: cambios en las relaciones entre los distintos participantes (empresas, instituciones, proveedores, distribuidores, clientes…), intensificación de la competencia en todos los sectores, nuevas empresas virtuales que lanzan productos y servicios más innovadores, en definitiva, surgen nuevos modelos de negocio que ponen en peligro a los negocios tradicionales.

Las familias piensan mejor sus compras, los bancos limitan el crédito y las pymes… a las pymes no les queda más remedio que adaptarse o pasarlo muy mal. Y para ello una de las mejores cosas es ***reinventarse, adaptarse a los procesos de cambio y agudizar el ingenio*** para hacer llegar sus productos de una manera más rápida, económica y flexible, en un mercado revuelto.

Y aquí es donde entra en juego internet, como nuevo canal de venta, ampliando el alcance de tu negocio para llegar a nuevos clientes.

En este nuevo contexto económico y tecnológico, son especialmente las PYMEs quienes mayor partido pueden sacar de Internet y de la implantación de las TICs en sus procesos de negocio.

Aunque normalmente se asocia el aprovechamiento de Internet por la empresa al comercio electrónico (básicamente la realización de operaciones comerciales de compra y venta), existen múltiples posibilidades adicionales existentes.

Tomar la decisión de llevar tu negocio a Internet, es un paso difícil de dar, por la creencia que muchas personas tienen, que es solo para empresas grandes, o para empresas con grandes presupuestos, o empresas con expertos en informática entre sus colaboradores; pero en realidad es mucho más sencillo de lo que se piensa y mucho más barato (cientos de veces más).

Todos sabemos que las empresas tradicionales requieren grandes inversiones para empezar, y luego para comenzar a vender. Todo lo contrario en Internet, que te permite crear tu propio negocio con una inversión mínima y en un plazo que francamente es mucho menor que un negocio tradicional (ej. un restaurante); ah y te permite pelear de tú a tú con empresas grandes del sector.

Tengo en mi mente personas que empezaron en internet con sólo su idea y su trabajo, y puedo enumerarlas: Facebook (Mark Zuckerberg), BuyVip (Gustavo García), Wikipedia (Jimmy Wales), Google (Larry Page y Sergey Brin), Idealista.com (Jesus Encinar), Tuenti.com (Zaryn Dentzel), Bubok (Angel Maria Herrera), Spotify (Aniel Ek), Andrés Moreno (OpenEnglish), Kevin Systrom (Instagram), etcétera y podría seguir nombrando miles de emprendedores que empezaron con una idea y ahora están triunfando en internet.

Y todo esto que te digo está sustentado por estudios importantes. Por ejemplo, un estudio The Digital Universe Decade, Are You Ready?, publicado por IDC[3], desvela que la información digital generada durante 2010 ascendió a 1,2 Zettabytes (1,2 billones de Gigabytes), lo que equivale a un episodio completo

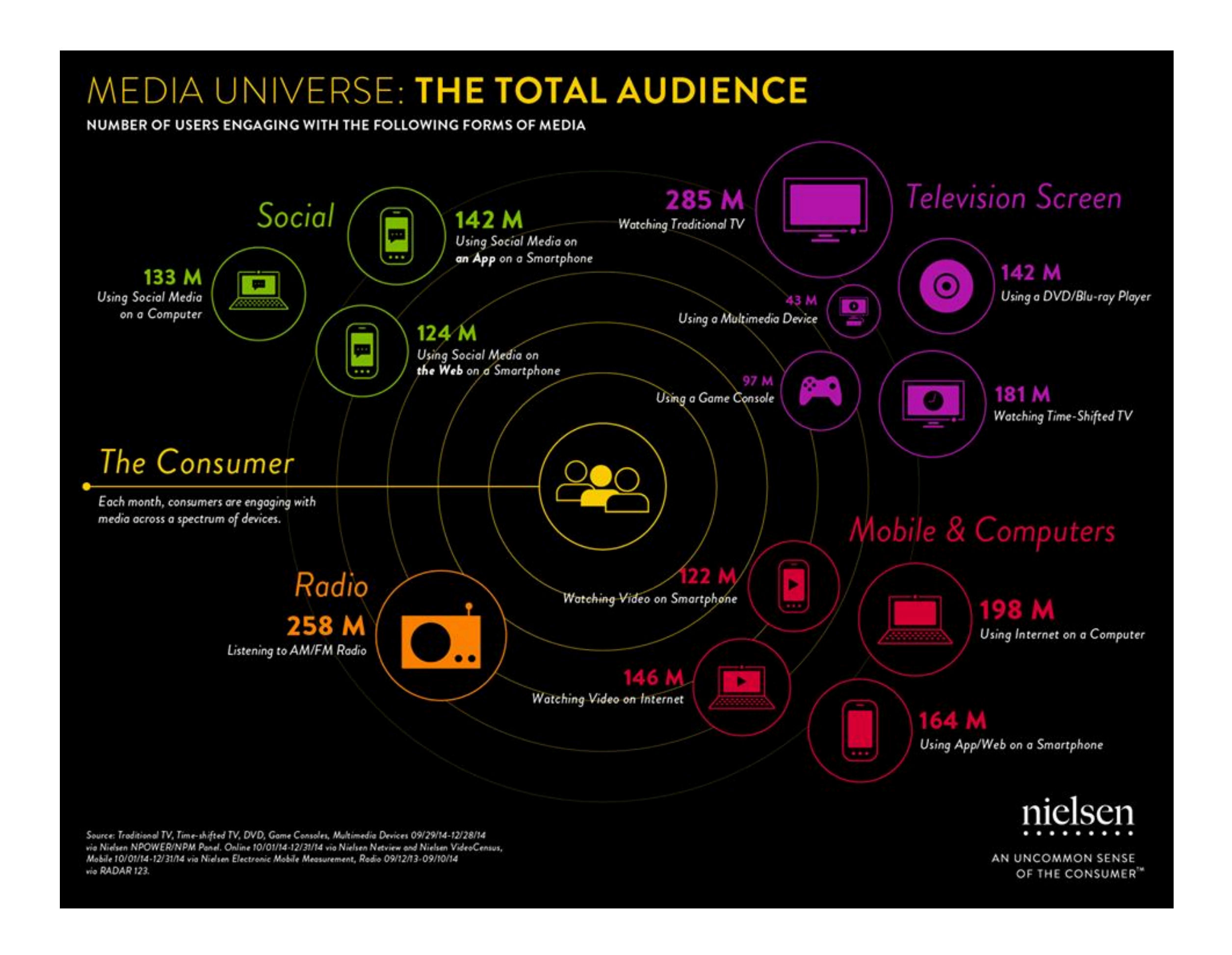
---

[3] The Digital Universe Decade – Are You Ready? http://www.emc.com/collateral/analyst-reports/idc-digital-universe-are-you-ready.pdf

de la serie «Friends» reproduciéndose de forma continua durante 125 millones de años, imagínate cuanta información se generará en los próximos años.

La televisión ha dejado de ocupar la mayor parte de nuestro tiempo de ocio. Según la Asociación Europea de Publicidad Interactiva[4] (EIAA), Internet es el medio más consumido por la gente, situándose en número de horas (13,3 semanales) por encima de la televisión (13 horas semanales), la radio (12,6 horas semanales) y la lectura de periódicos (4,6) y revistas (3,6).

La Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones[5] estima que en 2011 los españoles realizaron operaciones de comercio electrónico por un valor superior a los 9.420 millones de euros.



---

[4] http://www.iabeurope.eu/research/reports--insights.aspx

[5] Dra. Cristina Tomás Pérez, «Comercio Electrónico en España 2012», Online Business School (OBS) 2012

Internet representa una comunidad de más de 2,400 millones de personas conectadas entre sí y ofrece oportunidades sin precedentes[6]. Aunque en 1966 la revista Time[7] trató de imaginar de forma diferente el mundo en el siglo 21.

Lo importante es que Internet, tiene espacio para ti y tu idea/negocio, hay millones de personas que navegan por internet buscando cosas, pero cosas específicas, y es probable que tu negocio las tenga, pero como no tienes presencia en internet, pierde la oportunidad de llegar a estos posibles clientes.

Inditex, la dueña de la marca Zara era reacia a vender por internet durante muchos años. En 2011 año del lanzamiento de su tienda en internet facturó 143 millones de dólares. Y en plena crisis.

Zara.com tiene 2 millones de visitas diarias, y será el principal motor de ingresos a medio plazo. Para 2016 se estima que la facturación de Zara.com superará fácilmente los mil millones de euros. En 2012 las ventas de este canal se han situado en torno a los 300 millones de euros.



Los economistas y directivos no necesitan más pruebas del éxito de internet como plataforma de venta y promoción. Según un estudio realizado para Bigcommerce[8] nos muestra datos impactantes sobre el ecommerce mundial:

---

[6] Javier Rodríguez Zapatero, CEO de Google en España (Septiembre 2012)

[7] El comercio online no tiene futuro porque a las mujeres les gusta salir y tocar los productos

[8] Plataforma de eCommerce para negocios y líder mundial en su sector

- El ecommerce mundial ha creciendo en un 162% (2012 frente a 2013)
- Las tiendas electrónicas independientes vieron aumentar sus ingresos en casi un 20% (4to trimestre de 2012 frente a 4to trimestre de 2011)
- El 49% de las tiendas electrónicas norteamericanas en Bigcommerce, son propiedad de personas que se dedican a otra actividad principal.
- Y sobre la experiencia de compra online, Bigcommerce resalta la cada vez mayor importancia de la movilidad. Las ventas a través de dispositivos Android o iOS han crecido más del 300%, con el iPad a la cabeza. Los compradores están también aumentando el importe medio de cada operación.
- El pedido medio en el Reino Unido ha subido un 51% hasta alcanzar los 85 dólares. En los EE.UU., las compras individuales han crecido en un 8% hasta los 105 dólares, y en Australia las ventas han subido un 20% has los 143 dólares por venta.

Mientras tanto, un nuevo análisis realizado por Custora[9] muestra cómo los negocios en internet están trabajando en incrementar el engagement con esos clientes. Y utilizan el correo electrónico como herramienta principal.

Según sus datos, las compras realizadas gracias al correo electrónico se han cuadruplicado desde 2009, situando al correo electrónico en segundo lugar tras las búsquedas orgánicas en resultados.

¿Ves lo que Internet puede hacer por tu negocio o idea?

El Método

«***Conseguir Clientes desde Internet***», es un proceso que hay que saber implementar mediante un sistema dentro de tu negocio.

[9] Consultora de eCommerce -2013-

En internet encontrarás mucha información sobre esto, donde pseudo-gurús te dirán que lo mejor es la publicidad, otros las redes sociales, otros el email marketing, otros marketing de contenidos, etc.

Es cierto que estas estrategias funcionan, pero dentro de un sistema organizado de captación de clientes desde internet. Y cuando hablo de sistema, quiero decir que todos los elementos del negocio están orientados hacia ello.

Durante años he visto a pymes y emprendedores intentar utilizar Internet para conseguir clientes, y en el 90% de casos he encontrado fracaso. Esto se puede evitar **sabiendo dónde estás, cuál es el camino a seguir y cómo llegar a tu objetivo** de conseguir clientes constantes para tu negocio.



WebpresarioMT

Es una metodología centrada en los resultados, en base a dar un mayor valor a nuestro público objetivo, con una constante optimización de nuestro negocio en internet para que puedan tener una experiencia de compra memorable, y poder tener una rentabilidad sostenible en el tiempo.

Esta metodología se caracteriza por tener un enfoque rápido a los cambios (adaptativo), así como tener planificación del futuro en detalle (predictivo).

www.ChristiamAlvarado.com

Es por ello que he creado un [método llamado WebpresarioMT](), que te muestra todo esto que necesitas saber.

Se basa en conseguir: una ***Propuesta de Valor Atractiva***, ***Crear un Sitio Web Vendedor*** para persuadir a tu público objetivo y así poder obtener los ***resultados deseados*** por tu negocio.

Y esto se logra con los **6 bloques de WebpresarioMT**.

Negocio - Obviamente si quieres atraer clientes debes ser un especialista o experto en lo que estás haciendo. Y para ello todo el ecosistema de tu negocio debe estar orientado hacia ello.

Mapa Lógico - Y para que tu negocio sea rentable, debes desarrollar un sistema para crear suficiente valor para ayudar a este potencial cliente con estos problemas, necesidades y/o deseos.

Analítica - Luego tienes que definir los objetivos de la presencia de tu negocio en internet. Para ello te apoyarás en la Analítica, y así podrás conocer el comportamiento de tu potencial cliente, y ayudarle a que su experiencia en tu sitio web sea lo más agradable y memorable posible, y esto derive positivamente en los resultados de tu negocio.

Arquitectura de la Persuasión – En este bloque es donde vas a crear una presencia persuasiva de tu negocio en Internet, o lo que yo llamo un «*Sitio Web Vendedor*» para tu negocio.

Atracción - En este bloque es donde te dedicas a atraer hacia tu sitio web a tu potencial cliente. Es importante que tengas en cuenta que si no tienes un sitio web vendedor, tus esfuerzos por conseguir clientes van a ser en vano.

Conversión - En este bloque veremos cómo están convirtiendo leads y visitantes en clientes.

Fidelización - En este bloque sabrás cuáles son las estrategias y herramientas que te ayudarán a fidelizar a tu cliente, y a hacerlo en el mundo interconectado en el que vive tu cliente 2.0.

Pero, ¿qué justifica este tipo de metodología?, ¿por qué puede ser útil de aplicar en el proceso de crecimiento de tu negocio en internet?

Es muy sencillo, porque ***te va a indicar el camino para conseguir desde Internet los clientes que tu negocio necesita, de manera que no tengas que estar sufriendo por no saber qué hacer o como mejorar. Este método incrementa las probabilidades de éxito de tu negocio***.

Libro Recomendado >>> Libro Webpresario

Explica detalladamente el Método WebpresarioMT

Sitio Web Vendedor

Durante muchos años, la gran mayoría de negocios que han llevado su presencia a Internet, **se han preocupado por tener un sitio web bonito**, que transmita los valores de la empresa, con fotos elegantes, que muestre la misión, visión, los directivos, y muchas chorradas más.

Disculpa que sea tan franco, pero he visto invertir mucho dinero –en una ocasión US$25 mil dólares- por **sitios web que lo único que mostraba era información**, y en muchos casos desactualizada.

Pongamos las cosas claras, tu sitio web debe **ayudar a tu negocio a conseguir sus objetivos primarios**, como aumentar las ventas, conseguir distribuidores, mejorar la reputación del negocio, etc.

Por lo tanto, después de conceptualizar cómo va a funcionar tu negocio, es momento de crear una presencia persuasiva de tu negocio en Internet, o lo que yo llamo un «**Sitio Web Vendedor**» para tu negocio.

Un Sitio Web Vendedor es aquel que está **preparado para recibir visitantes y convertirlos en leads**. Si tu Sitio Web no convierte al menos, visitas en leads, **NO es un Sitio Web Vendedor**.

Por lo tanto debes implementar en tu sitio web **mecanismos que seduzcan** a tus futuros visitantes –y potenciales clientes- a generar una conexión para posteriormente venderles tus productos o servicios.

Por lo que tu sitio web no debe seguir enfocado sólo en el cliente sino en su **CONVERSION**. No se trata de crear una presencia en internet más sencilla o atractiva. No se trata de crear un diseño efectivo. Se trata de vender tus productos y servicios de manera inigualable.

Y esto solo se logra llevando a tu potencial cliente, página a página, y enlace a enlace hacia tu **Propuesta Única de Valor** (aquella que vimos en el modelo de negocio) de manera clara, contundente y argumentar por qué vale la pena dedicar más tiempo hasta convencerlos de que eres lo que están buscando.

A continuación te muestro algunos puntos que contribuyen a desarrollar una experiencia de usuario gratificante:

- Carga rápida de las páginas de tu sitio web
- Cada página debe ser sencilla de escanear y digerir
- El menú principal debe ser fácil de identificar, y los nombres del menú ser claros y concisos
- Ubicación rápida del buscador interno del sitio web
- Indicar siempre donde está y cuál es el siguiente paso a dar
- Personalización de la página “404/no encontrado”
- Todos los enlaces deben ser coherentes y fáciles de identificar
- Facilidad para encontrar información y contacto con la empresa
- Claridad en la estructura de los diferentes contenidos
- Los títulos principales deben ser claros y descriptivos
- Los colores y estilos deben ser coherentes en todo el sitio web
- Los énfasis (ej. negritas, gifs animados) deben ser usados con moderación
- La información más importante debe estar encima del primer scroll
- En el caso de tener banners y popups en tu sitio web no deben ser intrusivos
- Las URLs del sitio web deben ser amigables y fáciles de usar
- Los títulos de las páginas de tu sitio web describen bien el contenido
- Los llamados a la acción deben destacar

Servicio Recomendado >>> Diseño Web para Pymes y Emprendedores

Atraer Clientes

Después de trabajar en la construcción de tu «*sitio web vendedor*», es momento de atraer a tu potencial cliente para alcanzar los objetivos planteados.

Según un estudio que la firma analista Royal Pingdom[10] ha realizado sobre la actividad en Internet durante el año 2012, existen 2.400 millones de usuarios de internet en todo el mundo, y que existen más de 634 millones de sitios web.

Con millones de sitios web compitiendo por visitantes, es necesario que enfoques todos tus esfuerzos en atraer tráfico cualificado hacia tu sitio web.

El trafico cualificado, son las visitas que realizan sólo potenciales clientes a tu sitio web. En el tráfico cualificado no están las visitas que llegan a tu sitio web y que no están interesadas en tus productos y/o servicios. Por lo tanto tus esfuerzos deben estar enfocados en atraer tráfico cualificado.

Para atraer a tu público objetivo, existen diversas estrategias, pero yo te recomiendo que te enfoques en las que mejor resultado te darán:

- Marketing de Contenidos
- Posicionamiento en Buscadores -SEO-
- Marketing en Redes Sociales
- Publicidad Online

---

[10] Estudio a diciembre 2012. http://royal.pingdom.com/2013/01/16/internet-2012-in-numbers/



Como seguramente no tienes un brazo financiero del tamaño de Amazon o Facebook, tienes que saber invertir correctamente tus recursos en las estrategias que mejor se adapten a tu negocio, y con las cuales puedas tener un mejor retorno de la inversión.

Fidelización de Clientes

Los clientes son el componente fundamental para el desarrollo y crecimiento de tu negocio, por lo que tienes que dedicarles mucha atención y tiempo. Pero conseguir nuevos clientes se ha vuelto muy costoso, y es aún más difícil en época de crisis. Por ello, hoy en día la fidelización de los mejores clientes es una prioridad.



El éxito y la rentabilidad de tu negocio depende en gran medida de la lealtad que tengan y demuestren tus clientes.

Todavía es común observar como la mayoría de los esfuerzos y los recursos se destinan a la atracción y persuasión de nuevos clientes, mientras que la fidelización de clientes no está en los planes del negocio.

Para conseguir que tu negocio crezca de forma sostenible, es esencial fidelizar a tus clientes, pero retener y vincularte con ellos es un reto que debes afrontar para el futuro y beneficio de tu negocio.

Te has planteado alguna vez:

- ¿Cuánto le cuesta a tu negocio **conseguir** un cliente?

- ¿Cuánto le cuesta a tu negocio **mantener** a un cliente?

Según Philip Kotler[11], «*conseguir un nuevo cliente cuesta entre 5 y 7 veces más que retener a un cliente antiguo*».

¿Sabes por qué algunos de tus clientes dejan de serlo?

Según un estudio que incluyó empresas de todas las áreas y sectores de negocios, grandes y pequeñas, donde se preguntó: ¿Por qué dejó de hacer negocios con sus antiguos proveedores?, dejo las siguientes conclusiones:

- 16% debido a la CALIDAD.
- 15% debido al PRECIO.
- 20% debido a FALTA DE CONTACTO Y ATENCIÓN PERSONAL.
- 49% debido a BAJA CALIDAD DEL SERVICIO.

En otras palabras, el 16% de los encuestados dijeron que, al mismo precio, encontraron un producto o servicio básico que consideraron de mejor calidad. El 15% respondió que encontraron un producto o servicio básico que, por un precio inferior, ofrecía las mismas prestaciones. El 20% se quejó de la ausencia de un contacto y atención personal adecuada. Y el 49% indicó que el contacto con el personal de su proveedor era de ínfima calidad.

¿Cuáles son las mejores herramientas de Fidelización?

Según un estudio de la Universidad de Chicago, y publicado por la revista Psychological Science, los impulsos a los que más cuesta resistirse a un ser humano tienen que ver con la necesidad de mirar el móvil, tumbarse en el sofá, consultar el correo electrónico para ver si hay un nuevo asunto de trabajo o echarle un vistazo a las actualizaciones de las redes sociales.

Así es que si quieres fidelizar a tus clientes, tienes que empezar a dominar:

- Email Marketing

---

[11] Gurú y profesor de Marketing en Harvard Business School – Buscando el Valor del Cliente

- El marketing en redes sociales

Recomiendo >>> GetResponse o Aweber o TrafficWave

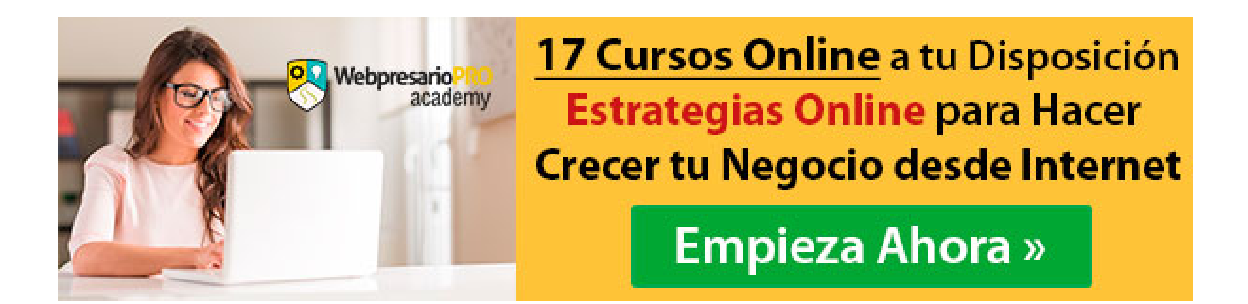
La formación en esto es vital para saber mantenerte en la mente de tus clientes para cuando quieran volver a comprar un producto o servicio como el que tiene tu negocio y seguir generando ingresos.

¿Dónde Aprender Más?

Desde **hace más de 10 años** hemos venido trabajando y ayudando a cientos de dueños de negocios, emprendedores y freelancers a conseguir clientes desde Internet con un método, estrategias, técnicas y herramientas probadas.

Y para mayor comodidad, hemos **creado una plataforma de formación** llamada WebpresarioPRO Academy, donde **podrás aprender** estas y muchas más estrategias para conseguir más clientes y ventas desde Internet.

Revisa ahora toda la formación que tienes a tu disposición y la de tu negocio.



¿Casos de Éxito?

Internet está beneficiando sobre todo a micro y pequeñas empresas, ya que les da la oportunidad de luchar de tú a tú con empresas grandes de su sector.

Y en este ebook quiero mostrarte algunos casos en los que emprendedores, micro y pequeñas empresas han sabido utilizar internet como canal de ventas y ampliar el alcance de su negocio a lugares que nunca habían pensado.

NiñaRepelente.com - Webserie 'made in Sevilla'. Todos los tópicos sevillanos están en esta webserie creada por José Antonio Pérez y que arrasa desde hace años. "Estábamos en paro (desempleados) y teníamos ganas de ser una alternativa a algo que siempre nos había gustado: los dibujos animados. Empezamos con presupuesto cero hasta que los ingresos por publicad y por la tienda online nos han dado la posibilidad de poder vivir de esto".

LaMejorNaranja.com - Una finca de cítricos que crea un sitio web para vender las naranjas directamente, sin intermediaros… y no para de crecer. Recibe más de 100 pedidos diarios desde su sitio web y todo lo que vende ahora es por Internet. Internet ha salvado su negocio, y realiza ventas a casi toda Europa.

BodylabValencia.es – Un gimnasio 2.0 creó su sitio web con el objetivo de atraer clientes para su negocio físico, y una tienda online para venderles productos y servicios complementarios para su mejor estado físico.

Desde el primer mes consiguieron clientes desde Internet, ya que han sabido entender desde el principio de su emprendimiento, que la unión de Internet con negocios locales es buena y beneficiosa para su negocio.

Bricmania.com – Lluis Serra tenía una ferretería en Montmeló, a 20 km de Barcelona. El negocio fue creciendo y decidieron apostar por Internet. No se trataba de llevar la tienda a Internet, se pretendía pensar en todo lo que internet puede aportar y que el modelo tradicional no es capaz.

En el período 2007-2008 crecieron un 45%, en 2010 crecieron un 300%, y en 2012 las ventas aumentaron al mismo ritmo, pese a la crisis que afecta a toda

España. Venden por toda España y ya han enviado productos a Holanda, Francia e Italia, con más de 50 mil transacciones realizadas.

LaAbuelaDeVicente.com - Una casa rural que se asocia con otras, creando un sitio web de casas rurales de la zona. Los beneficios son grandes, han reducido el coste de publicidad, y más del 50% de sus clientes llegan por internet.

Letrip.es - Una tienda online de camisetas creada por dos socios. Su sitio web y sus perfiles en redes sociales especialmente Facebook, les han servido para conseguir varios clientes y muchos de ellos de otros países… algunos muy grandes, como la consejería de una Comunidad Autónoma en España.

Mainada.es - Una tienda de ropa de niños y bebés, que ahora vende el 50% por internet. Del "boca a boca" han pasado a vender en toda España gracias a su sitio web. Ha sido más fácil y rentable abrir su sitio web, que abrir una nueva tienda física.

Europserv.com - Una empresa de control de plagas, que invierte el 100% de su presupuesto para marketing en internet. Esto les ha hecho crecer, a pesar de la crisis del sector y las muchas empresas cerradas en este ámbito.

Restaurantejota.com – Para este restaurante de 9 empleados, internet ha sido significado que su clientela se duplique y ha hecho que vayan a su restaurante personas de otras ciudades. "Las barreras para entrar en internet son menores de lo que parece", dicen ellos.

LeireLarraiza.com – Esta profesional de la Hotelería y Turismo fue una de las primeras personas que confío en WebpresarioPRO. Hoy en día su blog es visitado por más de 39 mil personas mensualmente, y su marca personal es un imán de ofertas de trabajo y conferencias. Y aún sigue confiando en nosotros.

Aceros de Hispania - Ricardo Lop desde una pequeña localidad turolense en España, vende desde internet cuchillos, espadas y navajas a medio mundo,

Cuenta con más de 40 mil clientes de más de 100 países gracias a internet. Te recomiendo ver el video[12] inspirador Ricardo Lop.

Podría contarte miles de casos de éxito en diferentes países. Lo que demuestra que utilizar internet como canal de ventas funciona, y muy bien, pero debes saber hacerlo, porque si no serás el próximo caso de fracaso.

[12] http://www.youtube.com/watch?v=KqKphgnUJjk#t=62

Servicios de Marketing Online y Estrategia Digital

Si **eres consciente de la necesidad de utilizar Internet** para hacer crecer tu negocio, pero no tienes tiempo o es quieres hacerlo tú, déjalo entonces en manos de expertos**. Mi equipo y yo podemos ayudarte** en la implementación de estas estrategias.

En WebpresarioPRO.com estamos especializados en:



Para Más Información Haz Clic Aquí

Nuestro equipo de trabajo tiene **más de 10 años de experiencia** ayudando a pymes, emprendedores y freelancers a **conseguir más visibilidad, clientes e ingresos** desde Internet. Tú negocio puedes ser el próximo.

Hoy mi negocio llega a más de 100 mil personas en 20 países. **¿No deseas lo mismo para tu negocio?** Entonces permítenos ser tu acompañante en este camino. **Nuestros resultados nos avalan y queremos esos mismos resultados para ti y tu negocio**.

Clic Aquí para Pedir una Consultoría Gratis

Recursos para Negocios Online

Las herramientas y recursos son muy importantes para los emprendedores, ya que nos ayudan a ahorrar tiempo, a trabajar mejor y de forma inteligente. Por eso quiero mostrarte las herramientas y recursos que yo personalmente uso para mi emprendimiento.

Cada vez que vea una herramienta o un recurso que ayude a mi negocio, la añadiré a esta página. Disfrútala!

Negocio Online

GVO – Hosting y Ganancias. Recomiendo GVO a todos mis clientes porque no solo es un excelente hosting, sino un conjunto de herramientas (*hosting, sistema de email marketing, sistema de video conferencia, productor de vídeos y constructor de blogs*) que ayudará enormemente a tu negocio. Además, tiene un excelente servicio de atención al cliente.

Es tan bueno, que además de recomendarlo a todas las personas y empresas que lo adquieran, le doy **acceso gratis** a mi curso “***como crear un negocio en internet***“, y próximamente a mi curso “***email marketing persuasivo***“.

Bluehost. Servicio de hosting de buena calidad y precio cómodo.

Namecheap. Aquí puedes adquirir tus dominios, y el principal motivo de mi recomendación es su bajo precio, y su sencillo proceso de compra. Además ofrece de gratis una opción de privacidad de datos para todos los dominios comprados.

Themeforest. Si quieres dotar a tu sitio web de un mejor diseño, vídeos, gráficos, plugins, etc., te recomiendo este marketplace. Además, no importa si tienes tu sitio web en WordPress, Joomla o Magento. Sus productos son de alta calidad, y a precios muy asequibles. Tenlo en cuenta siempre.

WP Profit Builder. Plugin para wordpress que te permite crear páginas de prospección como landing pages, cartas de ventas, páginas de upsells y downsell, etc. en menos de 2 minutos.

Amazon S3. Esta es una de las formas más comunes y más confiables, de compartir contenido por internet. Si quieres compartir un PDF o almacenar un video, necesitas almacenamiento de calidad, y esta es mi solución preferida. Nunca se cae, y siempre es muy rápido.

Semrush. Esta herramienta ayuda a que tu sitio web se posicione mejor en los resultados de búsqueda de Google. Te permite conocer a tu competencia. Te muestra cuáles son sus puntos fuertes, qué criterios son los que domina, o en qué posición aparece por aquellas palabras que tú anhelas.

LongTailPRO. Te permite conocer en tiempo real las búsquedas de palabras clave que se realizan en Google. Estupendo para tus campañas en Google Adwords o para saber qué escribir en tu blog o si estas queriendo saber que es lo que está necesitando tu público objetivo.

Google Drive o **Dropbox**. Estupendas herramientas para almacenar todo tipo de archivos. Yo uso las dos y funcionan muy bien. Además tienen apps para tu Smartphone lo que te ayudará mucho más.

Camtasia. Para editar/producir videos. Una herramienta fácil de utilizar y de gran poder. Hay una prueba gratis de 30 días por si quieres probarla.

Grupos Online

Estrategias de Marketing para Pymes y Emprendedores. Grupo de Linkedin donde se comparte estrategias de marketing que funcionan pata pymes y autónomos. Además de hacer networking con otros empresarios y emprendedores en la red profesional por excelencia.

Emprendedores y Empresarios en Internet. Grupo de Google+ donde se comparte estrategias para ayudar a pymes y emprendedores a utilizar internet para conseguir hacer crecer cualquier tipo de negocio.

En cualquiera de estos grupos eres libre de publicar contenido tuyo o de terceros que ayuden a otros empresarios y emprendedores. Así es que es doble el beneficio, conseguir nuevos clientes y hacer networking. Únete!

Email Marketing

Getresponse. Una de las herramientas que viene con este pack es un sistema de email marketing y autoresponder. Un sistema muy bueno, y bastante usado por muchos marketers en español.

Aweber. Es el mejor sistema de email marketing que existe. Si quieres un empezar con pie derecho este es el sistema. Además puedes integrarlo con muchas aplicaciones potentes del mercado.

Trafficwave. Este sistema de email marketing y autoresponder es bastante bueno, y tambien muy recomendable. Yo lo uso desde hace varios años.

Profit Builder. Si no sabes html y quieres poner elegantes y atractivas paginas de prospección y marketing en tu sitio web para conseguir suscriptores y clientes, te recomiendo Profit Builder. Tiene una amplia variedad de plantillas, listas para ser utilizadas. Yo lo uso y te lo recomiendo ampliamente.

Recuerda que si lo adquieres, te doy **acceso gratis** a mi curso "***como crear un negocio en internet***", y próximamente a mi curso "***email marketing persuasivo***".

Formación para Pymes y Emprendedores

Libro Webpresario. Hoy en día, un potencial cliente utiliza Internet para conocerte. Lo primero que busca es saber quién eres, lo segundo qué dicen de ti en Internet, lo tercero qué dicen sus amigos y tus fans sobre tu marca y como resultado de esta información, decide si compra tu producto o no.

Este libro te muestra cómo puedes aprovecharte de este proceso para que consigas más clientes, más ventas y ganancias utilizando internet como canal de ventas. Ya se han vendido más de 2,357 ejemplares (marzo 2015) con excelentes recomendaciones.

WebpresarioPRO Academy. En esta plataforma encontrarás la más amplia formación en marketing online y negocios por internet. Si quieres hacer que tu negocio crezca debes aplicar estrategias y técnicas probadas que ayuden a tu negocio a conseguir más clientes y ventas desde Internet.

Curso de 3 MasterClasses para Hacer Crecer tu Negocio desde Internet. Este mini curso gratuito de 3 videos, te muestra el método y el sistema exacto para hacer crecer tu negocio utilizando internet como canal de promoción y ventas. Si estás perdido, si todo lo que has hecho no te ha dado resultado, este mini curso de 3 videos te mostrará el camino correcto. Es gratuito.

Dinero y Contabilidad

Mini Curso Ganar Dinero Extra desde Internet. Si el dinero que ganas no te alcanza, o si quieres dinero extra para conseguir ese sueño que tanto quieres o simplemente deseas monetizar tus hobbies, este **mini curso de 3 vídeos** te enseñará como conseguir dinero extra con tu propio negocio en internet y haciendo lo que más te gusta. **Acceder al curso es gratis** y puede hacer que tu **vida cambie de forma radical y para una mejor calidad de vida!**

Libro Ingresos Pasivos desde Internet. Si estás buscando desarrollar un negocio desde tu casa que te permita generar ingresos pasivos y constantes

mes a mes, este libro te mostrará todas las opciones que tienes y sobre todo te mostrará el método exacto para conseguirlo.

Descarga el eBook "+100 Formas de Ganar Dinero por Internet". Si estas buscando formas de ganar dinero extra desde internet, en este ebook podrás conocer las diferentes formas que existen.

Cobrar Dinero de Paypal con Payoneer. Cobrar Dinero de Paypal, Apple, Amazon, etc es un problema que tienen muchos emprendedores de latinoamerica que utilizan Internet como plataforma de negocios. Si te encuentras en algún país que Paypal no tiene presencia como por ejemplo Perú, Panamá, Ecuador, Bolivia, Nicaragua, República Dominicana entre muchos otros, Payoneer te soluciona rápido este inconveniente.

TrialPay. Utiliza esta herramienta para ofrecer una versión gratuita de tu producto y aun así ganar dinero.

Freelanceswitch. Calcula por cuanto tienes que cobrar por tu hora de trabajo como autónomo para conseguir beneficios o cubrir los costes de tu negocio.

Square. Convierte tu iPhone en un procesador de tarjetas de crédito.

Freshbooks. Herramienta online imprescindible que te permite (entre muchas cosas más) realizar facturas de una manera sencilla y enviarlas por correo electrónico junto con el método de pago.

Kolab. Herramienta de contabilidad muy fácil y sencilla de utilizar, que te ofrecerá la facturación y un seguimiento controlado del gasto. Esta herramienta es totalmente gratuita para las pequeñas empresas.

QuoteBase. Podrás crear presupuestos en formato PDF y personalizarlo incluyendo tu propio logotipo, así como trabajar en red con los miembros de tu equipo para para crear presupuestos de forma colaborativa.

Expensify. Con esta aplicación podrás llevar un mejor control del gasto en cualquier transacción bancaria o de tarjeta de crédito. Captura kilometraje y otros gastos facturables.

Expensify lo podrás instalar en cualquier dispostivo móvil del mercado ya que es compatible con iPhone / iPad, Android, WebOS / Palm y teléfonos BlackBerry.

Blogging

WordPress. Es la plataforma de blogging #1 en el mundo. Gratis y fácil de personalizar y con excelente apoyo de programadores colaborando con plugins excepcionales. Todos mis blogs usan WordPress.

Themeforest. Si quieres dotar a tu sitio web de un mejor diseño, vídeos, gráficos, plugins, etc., te recomiendo este marketplace. Además, no importa si tienes tu sitio web en WordPress, Joomla o Magento. Sus productos son de alta calidad, y a precios muy asequibles. Tenlo en cuenta siempre.

StudioPress Themes. Una excelente plataforma de Temas (plantillas) para wordpress. He utilizado algunos de estos temas con mis clientes y francamente han quedado sorprendidos con los resultados. Y yo también!

Elegant themes. Esta es otra excelente plataforma de Temas para wordpress. La gran ventaja de Elegant Themes es que puedes acceder por un modico precio a varias plantillas. Que un tema no te gusta, pues instalas otra sin pagar nada adicional. Es mi nueva apuesta para pequeños negocios.

WishlistMember. Este es el mejor software de membresía para WordPress. Te permite proteger página, crear diferentes membresias y poderlo integrar con paypal, ClickBank y 1ShoppingCart. Yo lo uso desde hace varios años y me ha ayudado mucho con mis cursos.

ManageWP. Si tienes varios sitios web con WordPress, este plugin te ayudará mucho, ya que los puedes ver desde un mismo dashboard y administrarlos al mismo tiempo. A mi me ha ahorrado mucho tiempo y dinero.

Conexión y comunicación

Google Apps. Google Apps ofrece cuentas de correo electrónico personalizadas con el dominio de tu empresa (tunombre@tu-url.com) y otras muchas aplicaciones gratuitas para tu negocio.

MeetCheap. Fabulosa herramienta que te permite hacer video conferencias y webinars No tiene límite de asistentes. La diferencia con un hangout, es que lo hangouts son públicos y con esta herramienta los haces privados y puedes poner subir presentaciones de powerpoint.

Skype. Llamadas gratis a través del ordenador y el movil.

Grasshopper: sistema de teléfono virtual, que permite fijar extensiones y gestión profesional de los contactos.

Eventbrite. Puedes utilizar este servicio para vender entradas y promover un evento online.

Meetup. Crea grupos de gente que se reúnan regularmente.

HootSuite. Una manera perfecta de gestionar todos tus grupos sociales desde un mismo lugar.

SurveyMonkey. Realiza investigaciones de mercado a través del correo electrónico de una manera sencilla.

Lulu. Permite autopublicar tus libros en formato electrónico.

Mikogo. Ideal para realizar presentaciones a distancia. Te permite añadir usuarios que pueden ver en su pantalla la presentación que les muestres.

Análisis de tu sitio Web

Google Analytics. La mejor manera de seguir la actividad de tu sitio Web. Y es gratis.

Junkie. Crea carros de la compra y botones de pagar ahora para potenciar tus ventas.

UsabilityHub. Set de herramientas que evalúan la efectividad de tu sitio Web.

Aremysitesup. Conoce de manera inmediata si tu sitio Web ha dejado de funcionar.

CrowdScience. estudios de mercado y análisis de información.

ClickMeter. Te permite hacer el seguimiento de tus campañas de publicidad y saber cuáles son los canales más rentables y los que debes parar para no gastar dinero insulsamente.

Bitly. Además de acortar enlaces para publicar nuestros contenidos en las Redes Sociales, nos mostrará una completa analítica social de nuestras publicaciones. Una herramienta imprescindible para cualquier persona.

Google Alert. Con esta herramienta podrás crear alertas para analizar la reputación de tu propia marca y saber cuándo te mencionan, así como para conocer los últimos contenidos sobre los temas que más nos interesan.

Keyhole.com. Con esta herramienta podrás analizar y encontrar los contenidos más populares de una temática en concreto, así como los usuarios más influyentes en el último día, los últimos 7, 14, 30, 60 y 90 días.

Productividad

SlimTimer. La mejor manera de controlar el tiempo que dedicas a cada tarea. Puedes compartirlo con un grupo de trabajo e imprimir informes en línea.

Remember the milk. Gestión de tareas gratis con aplicaciones en **Android** y **iPhone**.

Rescue time. Control y gestión de tiempo que utilizamos en cada tarea

Evernote: una pequeña oficina en el bolsillo. Todas las webs de interés que veas desde tu ordenador o móvil serán automáticamente sincronizadas entre los dos dispositivos.

MindMeister. Web donde puedes crear y compartir mapas mentales y lluvia de ideas.

Gestionar proyectos

Trello. Herramienta con la que podremos gestionar un proyecto simple de manera muy eficaz y sencilla, y donde intervienen varios trabajadores de mi empresa.

Assembla. Es una herramienta recomendada para la gestión de proyectos de desarrollo. Dispone de un sistema tickets que son asignados a cada persona del equipo, en el que se incorpora la dificultad de la tarea, así como las horas de trabajo para realizarla. La versión gratuita te permite crear un solo proyecto con ilimitados usuarios y repositorios y 1 GB de almacenamiento.

Producteev. Herramienta que podrás utilizar de manera gratuita y con la que podrás crear tareas y recibir notificaciones de las mismas a través del correo, mensajería instantánea o iPhone.

Ahora puedes crear proyectos de una manera sencilla y aumentar la productividad de tu emprendimiento.

Outsourcing

Fiverr. Existen muchas páginas en español pero esta fue la primera en Inglés. En fiverr puedes encontrar casi cualquier cosa que pueda hacerse por 5$. Te recomiendo verificar los comentarios antes de decidirte por algún servicio.

99 designs. Encarga el diseño que quieres y el dinero que estás dispuesto a pagar. Un gran conjunto de diseñadores trabajaran en ello y tú podrás seleccionar el que te guste. Si no te convence ninguno podrás recuperar el dinero de vuelta. Imprescindible.

Odesk. Si estás freelancers que te ayuden con tu emprendimiento, este es el sitio web que te ayudará a encontrarlos.

Crowdfunding

Seedups: crowdfunding para inversores y empresarios.

Kickstarter: crowdfunding para realizar proyectos creativos.

IndieGoGo: crowdfunding de proyectos e ideas creativas.

Profunder: crowdfunding para pequeñas empresas.

Herramientas para crear imágenes e infografías

Pixlr. Aplicación online totalmente gratuita con la que podrás crear imágenes para incorporar en tus presentaciones o informes.

Picmonkey. Herramienta online con la que podrás crear imágenes de una manera muy sencilla y sin conocimientos de diseño.

Piktochart. Esta es mi herramienta preferida para crear infografías partiendo de unas plantillas básicas que podremos utilizar de manera gratuita.

Easel.ly. Herramienta con la que podrás crear infografías, casi “sin despeinarte” y de una manera muy sencilla.

¿Despedida?

Esto no es un adiós, sino un hasta ahora, por lo que me encantaría que siguiéramos en contacto, y para ello te invito a conectar conmigo en:

Facebook – LinkedIn – Youtube – Twitter

Si quieres dejarme un **testimonio de recomendación de este ebook**, o alguna recomendación para el libro, házmelo llegar mediante un mensaje a mi **perfil en LinkedIn**. Desde ya te doy las gracias por ayudarme a ayudar a más personas con este gesto.

Quiero agradecerte la oportunidad que me has brindado de **poder entrar en tu vida y apoyarte con este conocimiento**. Espero que hayas aprendido de este libro tanto como yo he aprendido al escribirlo.

Finalmente, si algún consejo final te puedo dar, es que **no dejes para mañana**, lo que quieres conseguir hoy. La vida es una y no permitas que otros la vivan por ti. **Crea tu propia vida**, mi estimado amigo(a).

Y como dijo mi querido Steve Jobs: «***Stay hungry stay foolish...***»



Christiam Alvarado Rivera
Director de WebpresarioPRO.com
Sigue mis Tutoriales en http://goo.gl/4wDc83
Facebook.com/ChristiamAlvaradoOnline
http://es.linkedin.com/in/calvaradorivera
twitter: @calvaradorivera

WebpresarioPRO Academy

Tienes **17 cursos online a tu disposición.**



Hola, te saluda **Christiam Alvarado**, después de muchos años **apoyando a pymes y emprendedores en más de 20 países**, me he dado cuenta que la **falta de experiencia y conocimiento hace que tomemos decisiones equivocadas**, que muchas veces desencadenan en el cierre del negocio.

Es por ello que hemos creado un **espacio virtual** donde aprenderás estrategias y técnicas que ayudarán a tu negocio a conseguir más clientes y ventas desde internet, y **aprender de expertos, empresarios y emprendedores de éxito a través de la transmisión de su conocimiento y experiencia para que nos ayuden en nuestro camino**.

Esta comunidad es un espacio exclusivo, que te brinda la posibilidad de **hacer crecer tu negocio** y estar preparado para **sobrevivir a las estadísticas de fracasos empresariales**.

Te quiero animar a cambiar tu vida, a que seas parte de esta **GRAN FAMILIA**, y para ello te invito a este espacio virtual que **cambiará tu futuro profesional y personal**.

¿Por qué debes ser Miembro de WebpresarioPRO Academy?

- Acceder a experiencia y conocimiento que te ayudará a conseguir más clientes y ventas
- Obtener respuestas a preguntas y problemas que necesitan rápida solución
- Hacer contactos y negocios con otros emprendedores y empresarios como tú
- Acceder a formación que te preparará para superar situaciones difíciles en tu negocio

Podrás acceder a todos los cursos online de nuestra plataforma



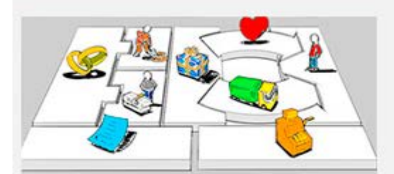
MBA ONLINE
Aprende habilidades directivas que te ayudarán a tomar mejores decisiones y hacer crecer tu negocio en internet.



MÁSTER PARA EMPRENDEDORES
Aprende a crear un negocio rentable con consejos y metodologías probadas por negocios y startups de éxito.



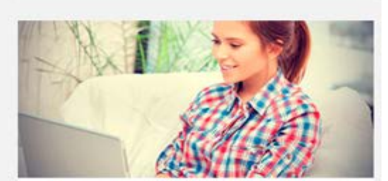
Curso Crear un Negocio Online
Aprende paso a paso cómo crear la presencia de tu idea o negocio actual en internet.



Curso Diseño de Modelos de Negocio
Aprende cómo crear y diseñar un modelo de negocios innovador para tu empresa o la de tus clientes.



VENDER POR INTERNET
Aprende cómo persuadir a tus clientes y vender más por internet los productos y servicios de tu negocio.



Blogger Profesional con Wordpress
Aprende paso a paso cómo crear un blog y monetizarlo creando una gran audiencia a su alrededor.

WebpresarioPRO Academy



Accede hoy mismo al programa que lanzará tu negocio al próximo nivel.

WebpresarioPRO Academy